

Approche systémique de la proximité : définitions et discussion.

Résumé de l'article

De plus en plus de disciplines s'intéressent aujourd'hui à la proximité. Il est cependant difficile de saisir cette notion dans son intégralité car les approches sur le sujet sont des plus diverses et ne s'articulent pas entre elles dans une perspective intégrée. Nous nous proposons de revenir ici sur les définitions même de cette notion en utilisant les outils développés dans l'approche systémique. Nous établirons ainsi la définition ontologique, fonctionnelle et génétique de la proximité.

Plan

1. Définition ontologique de la proximité : un jugement de valeur sur la distance

1.a *Proximité, distance et voisinage*

1.b *Proximité et promiscuité*

2. Définition fonctionnelle de la proximité : marquer le territoire

2.a *Une notion éminemment sociale*

2.b *La « loi » proxémique*

2.c *Le concept de Territoire*

3. Définition génétique de la proximité : vers la montée des services

3.a *De la distance métrique à la distance perçue*

3.b *La fin de la distance*

3.c *Société, territoire subi, territoire choisi*

Mots clés

Distance, Espace, Service, Territoire, Perçu, Vécu, Service de Proximité

Le traitement des distances a toujours été au centre des préoccupations des hommes dans leur vie quotidienne. Depuis l'Antiquité, les civilisations qui se sont succédées ont toutes poursuivi le même objectif : réduire les distances pour maximiser les interactions choisies (Bailly, 1998¹). Cette quête immuable, longtemps considérée comme évidente, se trouve aujourd'hui remise en question par une nouvelle conception de l'espace social : la production de l'espace (Lefebvre², 2000) n'est plus le résultat naturel de la vie quotidienne de l'ensemble des individus, mais le fait de quelques privilégiés qui assoient leur puissance sur la domination sans partage de la technologie et de l'échange marchand dans la vie courante. En une telle société, il n'est plus question de produire de l'espace au jour le jour mais de se détacher de toute contrainte spatiale – physique ou sociale – grâce aux applications du progrès technologique ou à un recours constant à des services marchands. Dans cette nouvelle conception du rapport au monde, le choisi s'impose de plus en plus sur le subi (de moins en moins accepté), et à l'importance du traitement de la distance se substitue un nouveau terrain d'expression pour tout un chacun : les déclarations de proximité. Nous passons d'un monde traitant des distances à un monde gérant des proximités.

Mais qu'est-ce que la proximité ? A quoi sert-elle ? Peut-on parler d'une ou plusieurs proximité(s) ? Ces questions, restées longtemps sans réponse dans un monde où dominait la définition de l'espace par la distance quantitative, connaissent aujourd'hui un engouement sans précédent. Il est surprenant de noter combien la proximité passionne le plus grand nombre, tant dans les cercles scientifiques où les disciplines les plus diverses cherchent à en percer les mystères, que dans l'actualité où l'expression se fait de plus en plus présente, alors que, pendant des années, le concept de proximité n'a jamais suscité le moindre intérêt.

Afin de comprendre les enjeux rattachés à cette « proximité contemporaine », nous allons aborder celle-ci à l'aide des outils systémiques développés par Jean-Louis Le Moigne³¹ (1994). Ainsi, dans cet article, nous nous proposons d'établir les définitions ontologiques, fonctionnelles et génétiques de la proximité.

¹ Jean-Louis Le Moigne (1994, p. 64), dans sa *Théorie du Système Général* de 1977, explique que la définition d'un objet se fait par triangulation : elle pondère une définition ontologique (ce que l'objet est), une définition fonctionnelle (ce que l'objet fait), une définition génétique (ce que l'objet devient). Nous cherchons ici à établir chaque pôle de cette triangulation pour la proximité.

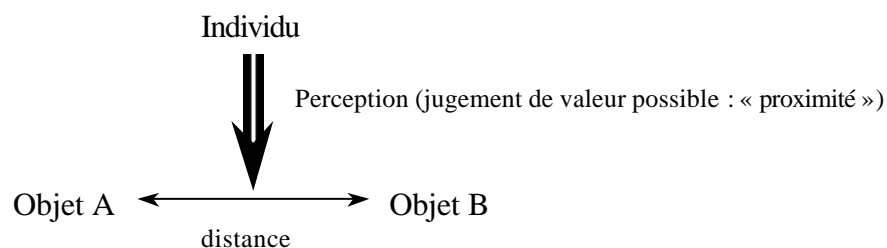
1. Définition ontologique de la proximité : un jugement de valeur sur la distance

Le mot proximité⁴ n'apparaît qu'en 1479. Refait sur le latin *proximitas*, de *proximus* au sens de “ressemblance, affinité, parenté”, sens qu'il a eu du XV^{ème} au XVI^{ème} siècle comme le mot latin, il était alors utilisé dans le vocable juridique où il soulignait la parenté lors des actes de succession.

A partir du XVI^{ème} siècle, il se « démocratise » et qualifie également la position d'objets dans l'espace. Plus récemment, il caractérise d'autant des événements dans le temps. A la proximité sont donc rattachés étymologiquement trois domaines d'expression : le Droit, l'Espace, et le Temps¹. En ces trois domaines, la proximité conserve le même sens : caractériser qualitativement la distance.

Ce constat nous permet d'établir une définition ontologique de la proximité, fonction de la distance : **la proximité est un jugement de valeur qui porte sur une perception de la distance**, la distance étant une expression du rapport entre deux objets distincts dans le Droit, l'Espace et le Temps. Elle le caractérise quantitativement par la mesure à partir d'une unité établie arbitrairement : la seconde, le mètre, le nombre de générations dans une famille... La distance est quantitative là où la proximité est qualitative. La première se cherche un étalon objectif là où la seconde exprime un sentiment subjectif. La distance est multiple dans son utilisation. Elle peut être spatiale, affective, temporelle... Autant de distances différentes sur lesquelles peuvent s'exprimer un nombre infini de proximités.

Schéma 1 :
La perception
de la distance



¹ Il est possible d'envisager l'existence d'une proximité affective mais celle-ci dépend du Droit, de l'Espace et du Temps. En outre, on parlera de complicité ou de connivence plutôt que de proximité affective.

1.a Proximité, distance et voisinage

Cette définition ontologique de la proximité marque la distinction entre « distance » et « proximité ». Cette distinction mérite d'être soulignée.

De nombreux dictionnaires^I définissent à tort la proximité comme « petite distance ou voisinage », comme si l'appréciation de la distance ne pouvait s'inscrire que dans une réflexion métrique mathématique. Or ce n'est plus le cas. Le progrès technologique aidant, l'homme s'est progressivement détaché du caractère subi et absolu de la distance métrique (par exemple : il y a 530 km entre Paris et Bordeaux) pour apprécier son cadre de vie suivant une distance relative (par exemple : il faut 1 heure d'avion, 3 heures de train ou 6 heures en voiture pour aller de Paris à Bordeaux). Le temps est devenu l'unité de cette appréciation relative de la distance.

Dans ce nouveau système, l'appréciation de la distance n'est plus subie mais choisie, ce qui remet en cause le principe : une « petite distance kilométrique » est obligatoirement perçue comme une « petite distance » pour l'individu. Il en va de même pour les « grandes distances ». Les définitions des dictionnaires sur la proximité s'avèrent trompeuses, ou du moins incomplètes, lorsqu'elles l'assimilent à une petite distance ou au voisinage qui est lui, par nature, subi.

Ceci explique les échecs récurrents des tentatives de modélisation mathématique de la proximité. Lamure⁵ (1998), LARGERON et AURAY⁶ (1998), mathématiciens^{II} et informaticiens, se sont penchés sur l'appréciation mathématique de la proximité mais reconnaissent qu'ils ne parviennent pas à « modéliser les niveaux de perception »^{III}. La proximité, en tant que jugement ou sentiment à l'égard d'une perception (et non pas niveau objectif de perception), ne peut être « cernée » par les mathématiques. La proximité est subjective et contingente : seule la logique particulière d'un sujet, suivant un ensemble de critères propres à celui-ci et dépendants de sa perception de la réalité, permet d'aboutir – par sa déclaration – à une proximité. C'est le sujet, et lui seul, qui détient la clé de sa proximité pour un contexte donné.

^I Le Furetière, le Littré, le Larousse, le Robert, le Webster, Britannica.

^{II} Lamure, LARGERON et AURAY ont cherché à formaliser mathématiquement la proximité en partant de la définition mathématique de la distance et du voisinage. Mais la distance et le voisinage sont des expressions de la perception (un rapport de l'homme au réel) alors que la proximité n'est qu'un sentiment sur cette perception (un rapport de l'homme à l'homme).

^{III} Lamure (1998), *Op. Cit.*, p. 12.

La proximité n'existe donc pas par elle-même mais seulement par le sujet qui la crée par sa déclaration. Sa nature est plus ontique qu'ontologique. Il est donc inutile de chercher à étudier la proximité en elle-même^I ou de s'efforcer de la traduire en langage mathématique^{7II}. Il est au contraire nécessaire de prendre en compte les individus qui la déclarent et les objets auxquels elle se rapporte.

1.b *Proximité et promiscuité*

De même qu'il nous a paru important de souligner la différence entre «proximité» et «distance», il nous semble nécessaire de préciser la distinction entre «proximité» et «promiscuité». Nous avons vu que la définition ontologique de la proximité était fonction de la distance. Au contraire, la promiscuité nie l'existence de la distance car elle refuse l'idée même de choix.

Si l'objet de la proximité n'est pas toujours choisi, sa déclaration au contraire est toujours l'expression de la libre volonté du sujet qui l'énonce. C'est ce choix inaliénable qui dote la proximité de sa nature ontique, qui ne peut exister que par l'expression du sujet. Comme nous l'avons déjà souligné, lui seul détient la clé de sa proximité. Ceci marque la différence entre proximité et promiscuité.

Lors d'un état de promiscuité, le sujet ne peut choisir ni l'objet ni la déclaration d'une promiscuité puisque cette notion refuse l'existence même d'une distance entre l'objet et le sujet. Or sans cette distance, le sujet ne peut s'exprimer sur l'objet^{III}. La proximité, au contraire, se fonde sur la distance en la qualifiant. Les libertés de perception et de déclaration du sujet sur l'objet sont alors respectées.

^I En cherchant par exemple à la mesurer...

^{II} Nous retrouvons le vieux débat sur la place des mathématiques dans l'univers. Nous nous rangeons à l'avis de Niels Bohr qui considère les mathématiques comme une représentation formalisée de toutes les relations possibles entre objets et concepts, comme un langage entre l'homme et le réel. On pourrait penser que ce langage est ici mis en cause par l'incapacité des mathématiques à expliciter la proximité, mais cette incapacité est compréhensible car la proximité n'est tout simplement pas un objet mathématique. Elle fait partie du langage entre les hommes pour rendre compte de leur perception du réel.

^{III} Il n'est possible de «penser» un objet que si nous nous considérons comme distinct de cet objet. La distance est alors choisie. Même l'introspection consiste à réfléchir sur un Moi décrété objet.

Le sujet décide donc de déclarer ou de ne pas déclarer des proximités sur des objets voulus ou supportés. Mais indépendamment du jugement qu'il porte sur l'objet, son appréciation reste dépendante de la perception qu'il a de la distance entre lui et l'objet.

La proximité est donc un état choisi par un sujet qui permet de qualifier qualitativement une distance. Elle se distingue du voisinage où l'objet n'est pas choisi par le sujet et de la promiscuité qui nie toute distance et toute possibilité de choix. Mais à quoi sert la proximité ?

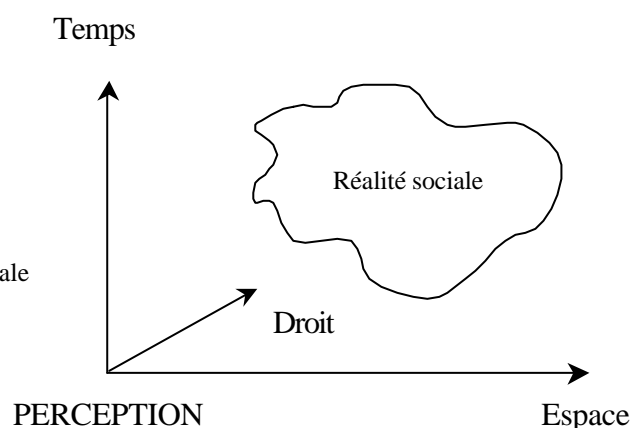
2. Définition fonctionnelle de la proximité : marquer le territoire

2.a *Une notion éminemment sociale*

Nous avons vu qu'au cours de l'évolution de ses usages, la proximité a progressivement enrichi ses domaines d'expression du Droit, à l'Espace, puis au Temps, pour être ainsi toujours plus présente dans les actes de la vie quotidienne. Toutefois, ces trois domaines d'expression sont loin d'être anodins. Ensemble, ils filtrent la réalité sociale pour orienter la perception de l'homme qui vit en société¹. Ils sont l'expression de la « domestication de l'ordre » (Canetti⁸, 1966) nécessaire à toute vie collective.

Schéma 2 :

La perception
de la réalité sociale



¹ Nous reprenons la définition du référentiel TEF (Temps, Espace, Forme) de Jean-Louis Le Moigne (1994, pp. 91-92) qui permet de « repérer la position d'objets soumis à des processus ». Nous l'appliquons à la réalité sociale en remplaçant la Forme par le Droit pour doter le référentiel de cette dimension sociale.

Par le Droit, chacun sait ce qu'il peut faire et ce qu'il doit faire. Par l'Espace, chacun sait où il est et où il peut aller. Par le Temps, chacun peut se projeter dans l'avenir et organiser ses actions. La perception de la réalité sociale au travers de ce triptyque délimite le champ des actions possibles pour un individu. Le positionnement d'un individu sur chacune des trois dimensions se fait toujours en référence à autrui : le Droit, l'Espace et le Temps n'ont de raison d'être que dans une vie sociale. L'homme seul, à l'image de Robinson Crusoé⁹, peut tout faire, se moque de savoir où il est, tout comme de ce que demain sera fait.

La perception de la réalité sociale par le triptyque Droit-Espace-Temps est nécessaire à toute vie en société. Si des individus n'ont pas la même conception du Droit, de l'Espace et du Temps, leurs perceptions de la réalité sociale ne peuvent s'accorder. Ils ne peuvent vivre ensemble, ni organiser leurs actions collectivement pour construire « la cité »^I.

La proximité, qui qualifie la distance pour chaque élément de ce triptyque, est au centre de cette perception. En l'étudiant dans une perspective sociale, nous devrions parvenir à en comprendre la fonction.

2.b La « loi » proxémique

L'anthropologue américain E.T. Hall¹⁰ (1971) s'est intéressé à la proximité dans une perspective sociale. A travers un ensemble de travaux menés sur l'appréciation des distances dans les actes de la vie quotidienne, il a développé une théorie autour de la proximité, la proxémie^{11II}, devenue rapidement une branche à part entière de la sociologie^{III}.

Ces études parviennent toutes à la même constatation de l'existence d'une « loi » proxémique^{IV} : **« toutes choses égales par ailleurs, ce qui est proche est pour moi (ici, maintenant) plus important que ce qui est lointain (étranger, ailleurs, autrefois, plus tard) »**.

^I Cette idée est soulignée par Henri Lefebvre (2000, Paris, Edition Anthropos) dans *La production de l'espace* où il déclare : « Changer la vie, changer la société, cela ne veut rien dire s'il n'y a pas production d'un espace approprié commun. » (p. 72).

^{II} E.T. Hall la définit comme « l'ensemble des observations et théories concernant l'usage que fait l'homme de l'espace en tant que produit culturel spécifique » (1971, *Ibid.*, p. 13). Nous pouvons également citer Hall (1984) et Goffman (1973).

^{III} Dans le champ de l'Ecole Béhavioriste.

^{IV} Bailly A.S. (1998), *Op. Cit.*, p. 342.

A la proximité est donc associée la notion d'importance. La proximité est un jugement de valeur sur la distance, dont l'objet social serait de souligner à autrui ce qui, au-delà des distances, est important pour un individu. Or dans une vie sociale, souligner à autrui l'intérêt que l'on porte à un objet étranger est en soi un acte qui consiste à marquer son territoire sur l'objet en question. Par conséquent, nous pouvons en déduire que **le mot proximité permet à l'homme social de marquer son territoire par le langage**^I, l'ensemble de ces proximités – déclarées ou non – définissant son territoire.

De même que la définition ontologique de la proximité renvoie à la distance, sa définition fonctionnelle renvoie au territoire, mais qu'est-ce que le territoire d'un individu vivant en société ?

2.c Le concept de Territoire

Si l'homme marque son territoire en déclarant des proximités dont il est seul à connaître les critères, cela ne signifie pas pour autant que l'objet de ces proximités soit toujours souhaité. Par exemple, la proximité entre une discothèque et un lieu de résidence, ou de dealers de drogues à la sortie d'une école sont des proximités que des résidents peuvent déclarer pour les déplorer. Au contraire, la proximité entre le lieu de travail et le domicile peut être considérée comme une proximité positive lorsqu'il s'agit de souligner la faiblesse des coûts de transport journaliers.

Nous pouvons donc distinguer deux types de proximité : les proximités dites positives, dont l'objet est voulu par l'individu, et les proximités négatives, dont l'objet est subi. L'ensemble des proximités positives détermine un territoire spécifique que nous qualifierons de **territoire choisi** puisque ces proximités sont en accord avec la volonté de l'individu. De même, l'ensemble des proximités négatives constitue un autre territoire que nous appellerons le **territoire subi**. Chaque sujet dispose ainsi de deux types de territoires différents suivant la nature de ses proximités, souhaitées ou supportées. Chacun cherche rationnellement à maximiser son territoire choisi et à réduire son territoire subi.

^I Tout comme un animal marque son territoire par un autre moyen de communication que sont ses hormones ou ses déjections, stimuli perçus par ses congénères.

L'intérêt du langage, en comparaison d'un autre mode de communication (langage corporel), est qu'il facilite le marquage, notamment dans un monde où se multiplient les échanges au-delà des distances.

Cette distinction entre territoire subi et territoire choisi nous permet de comprendre la perception du territoire et son usage au plan individuel, mais qu'en est-il des territoires collectifs ? Notre définition du territoire – l'ensemble des proximités déclarées par un individu – ne tient plus dans cette nouvelle perspective.

Les éthologistes¹ (Rabaud¹², 1929, 1937 ; Picard¹³, 1933 ; Grassé¹⁴, 1946) nous apportent un point de vue complémentaire. Ils définissent le territoire collectif comme une « étendue de la surface de la terre sur laquelle vit un ensemble d'individus d'une même espèce » (Esser¹⁵, 1971). Par l'étude du Règne animalier, ils ont développé des théories sur les rapports entre individus – intra et inter territoires collectifs – selon les principes d'appartenance, de hiérarchie, et de territorialité. La distance est alors au cœur des équilibres entre territoires individuels et territoires collectifs.

Nous avons vu que la proximité qualifiait la distance et qu'elle permettait au sujet qui l'énonce de marquer son territoire en société. Mais pourquoi la proximité rencontre-t-elle de nos jours un tel succès ? Est-il devenu si important aujourd'hui de marquer son territoire ? Afin de répondre à cette question, suivant la méthodologie de Jean-Louis Le Moigne (1994), il convient d'établir le dernier pilier de notre définition de la proximité. Après la définition ontologique et la définition fonctionnelle, nous allons nous intéresser à la définition génétique : au devenir de la proximité.

3. Définition génétique de la proximité : vers la montée des services

Nous avons déjà souligné que les progrès technologiques récents (baisse des coûts de transport, NTIC) ont transformé le traitement de la distance par l'homme. Or, la proximité étant un qualifiant de la distance, ce nouveau rapport à l'Espace bouleverse totalement le devenir de la proximité, rendant celle-ci plus « instable », légitimant ainsi la multiplication des déclarations de proximité et expliquant l'intérêt pour cette notion. En d'autres termes, l'évolution du traitement des distances place au premier plan la proximité dans sa définition ontologique, ce qui explique l'importance de sa définition fonctionnelle, qui elle-même conditionne sa définition génétique.

¹ L'éthologie est la science qui étudie les comportements des espèces animales dans leur milieu naturel. Elle accorde une attention particulière au concept de territoire.

3.a *De la distance métrique à la distance perçue*

La notion de distance permet à l'homme de penser le distinct, l'espace ou le vide qui sépare deux choses. La distance a d'abord été conceptualisée par la métrique qui en donne une mesure absolue. Puis, elle est devenue relative avec le développement du temps comme unité de mesure. La perception de la distance et son traitement ont évolué dans l'Histoire, marquant le passage de l'homme d'un espace newtonien à un espace einsteinien (Sahay¹⁶, 1997), passage qui transforme ses priorités dans son rapport à l'espace. La proximité, en tant que jugement de valeur sur la distance, a joué un rôle essentiel dans cette évolution, comme témoin mais aussi comme acteur du changement.

Dans un système fondé sur la distance absolue (métrique), l'homme s'interroge sur les moyens de réduire cette distance pour créer la proximité de tout un chacun. Il suppose que la réduction de la distance entraîne de fait la création d'une proximité : une proximité commune à tous dont la logique serait rationnelle. Cela sous-entend que la distance est toujours considérée comme subie.

Dans un système fondé sur la distance relative (perçue), L'homme s'interroge sur les raisons qui amènent un sujet à se prononcer en faveur de l'existence ou non d'une proximité : la sienne. Nous passons d'une problématique d'ingénieur à une problématique de psychologue^I, où la liberté de choix devient l'élément essentiel du raisonnement.

Ce passage de la distance absolue à la distance relative est fondamental car il va bouleverser l'état de proximité. Il est désormais possible pour l'homme non plus d'agir sur la distance pour rapprocher la réalité concernée, mais d'agir directement sur la réalité pour la rendre proche du sujet. En d'autres termes, il est aujourd'hui possible de « créer des proximités^{II} » en mettant la réalité en adéquation avec la perception du sujet. Les schémas de la page suivante illustrent cette différence de traitement de l'espace.

^I Ou de marketing si le besoin est satisfait par un bien ou un service marchand.

^{II} Ou du moins de créer les conditions qui faciliteront son émergence.

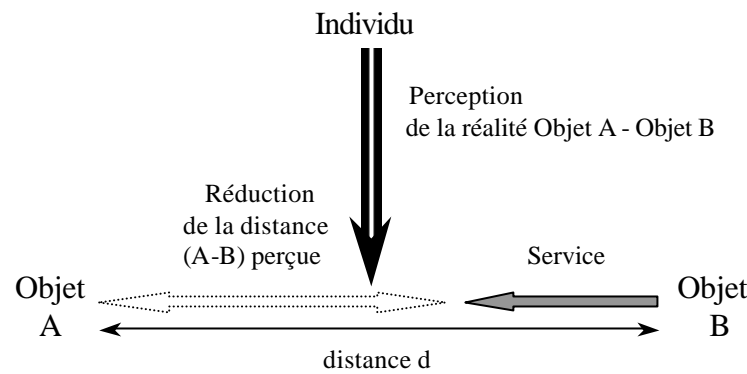


Schéma 3 : volonté de réduire la distance (proximité potentielle)
L'action se situe dans l'espace vécu

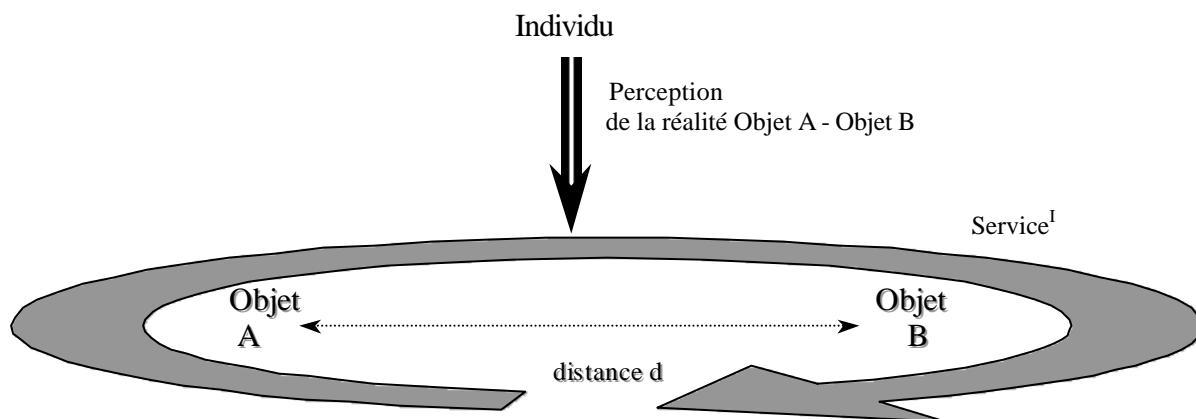


Schéma 4 : volonté d'agir sur la réalité (proximité effective)
L'action se situe dans l'espace perçu

Dans le premier schéma, le sujet concentre sa perception sur la distance entre A et B. Il la perçoit comme une contrainte et cherche à la réduire. Un service (au sens de Gadrey¹⁷), portant sur la distance, rend relative celle-ci. Les performances de ce service sont généralement appréciées en terme de temps. Les moyens de transport et de communication illustrent ce processus. En réduisant le temps de la durée – la distance temporelle entre le sujet et l'objet –, ils réduisent la dépendance à la distance du sujet et facilitent les déclarations de proximité par leur action sur ce seul facteur temps.

¹ Il est important de préciser que ce service n'est pas un « service de proximité » mais un service, au sens général du terme tel que Jean Gadrey (1996, *L'économie des services*, Paris, Collection Repères, Edition La Découverte, n° 113, p. 19) le définit. La nouveauté est dans l'objet de ce service qui ne s'attaque plus à la seule distance d entre A et B mais à la réalité (A, B, d).

Dans le second schéma, le sujet ne concentre plus sa perception sur la seule distance d entre A et B mais sur l'ensemble de la réalité composée de A, de B, et de d . Le sujet émet alors un souhait (de manière formelle ou informelle) sur la perception qu'il aimerait avoir de l'ensemble. Une entreprise – pas nécessairement dans le domaine des transports ou de la communication¹ – peut alors proposer un service qui aménage la réalité de manière à ce qu'elle soit en conformité avec la perception souhaitée. Par exemple, la consultation de comptes en ligne adapte la réalité du service bancaire à la perception de ses clients : accéder à leur compte facilement en réduisant le coût du déplacement. En satisfaisant ainsi la demande du sujet, l'entreprise joue sur un ensemble de facteurs reliés à la réalité (A,B) et non pas seulement sur la distance d . La satisfaction du client devient indépendante de la distance.

3.b *La fin de la distance*

Cette non réduction systématique de la distance dans la création d'une proximité est révolutionnaire dans le traitement de l'espace : l'homme perçoit désormais le monde globalement et veut qu'on le lui apporte, non pas sur un plateau, mais par un service. Grâce au progrès technologique, il se perçoit au sein de son environnement comme non assujéti à des distances et adopte une approche holiste de la réalité. Percevant le monde au-delà de l'horizon, il attend qu'un service adapte celui-ci à sa perception. En d'autres termes, l'homme n'est plus limité au local. L'engouement récent des organisations de toute taille et de tout secteur pour le e-business témoigne de cette fin du règne de la distance dans la perception humaine de l'espace où, désormais, le local se confond avec le global.

En ce qui concerne la délimitation du champ des territoires choisis ou subis, la proximité souhaitée n'est plus limitée par la distance indépendamment du sujet. Seuls les désirs des individus les amènent à se prononcer en faveur de proximités positives ou négatives. En revanche, cette indépendance vis-à-vis de la distance n'est effective que dans la perception de l'individu ; elle n'est pas évidente à réaliser dans la réalité. Par conséquent, le territoire subi individuel comprendra au moins l'ensemble des proximités – rattachées à la distance absolue – sur lesquelles il n'est pas possible de proposer des services.

¹ Mais qui pourrait utiliser des moyens de transport et de communication comme éléments de son offre.

Les conséquences économiques et sociales de cette évolution du rapport à l'espace sont nombreuses. Frances Cairncross¹⁸ (1997) propose une trentaine de points sur les effets de cette « mort de la distance »^I, allant d'une plus grande liberté d'implantation des activités marchandes et des lieux de vie, à l'hégémonie de la langue anglaise comme support universel de communication. Cette « fin de la distance », qui n'est en fait que la fin des distances perçues, a selon nous cinq conséquences importantes en Sciences de Gestion.

En premier lieu, le progrès technologique dans le traitement de l'espace touchera l'ensemble des entreprises qui devront prendre en compte la fin de la « captivité géographique » de leurs clients. Libérés du joug perceptif du local, ceux-ci pourront manifester toutes leurs demandes quels que soient le lieu et le moment. La compréhension par les entreprises de ces besoins et désirs au-delà des distances^{II} sera au centre de toute activité, donnant un poids stratégique sans précédent aux départements de marketing. Ces derniers prendront peu à peu le pas sur l'hégémonie industrielle des départements de production, phénomène qui apparaît déjà dans les échanges commerciaux par la montée des services autour des biens d'équipement ou de consommation.

Nous assisterons également à la création d'une nouvelle fonction dans les entreprises, chargée non pas de vendre les produits au client en suscitant l'acte d'achat (ce qui a pour but de réduire les distances entre le client et le produit par des stratégies marketing *push* ou *pull*), mais de comprendre les aspirations émergentes du client dans leurs devenir et d'aborder cette réalité dans son ensemble. Ces départements « cognitifs » ne seront pas le fait des seules entreprises consacrées aux besoins de « consommation courante » mais toucheront toutes les activités^{19III}. Les organismes de crédit comme Sofinco ou Cofinoga, qui multiplient les « data warehouses » et « profilers », suivent déjà cette logique.

En second lieu, quatre secteurs seront particulièrement touchés par cette évolution du rapport à l'espace : les transports, les activités de communications, les « utilities », les services de proximité.

^I L'auteur parle de « la mort de la distance » de manière générale, elle ne fait pas la distinction entre perception et réalité. Elle constate les progrès des technologies dans les télécommunications et cherche à en prédire les effets dans la société

^{II} Des distances pas seulement géographiques mais aussi sociales, morales, affectives...

^{III} Seth Godin, ancien vice-président du marketing direct de Yahoo!, présente cette nouvelle forme de marketing dans son ouvrage *Permission Marketing : Turning Strangers into Friends, and Friends into Customers*, (1999, New York, Simon & Schuster Books).

Ces quatre secteurs ont jusqu'à présent fondé leur activité sur la dépendance de l'homme à la distance absolue. Ils devront repenser leurs business models afin de proposer non plus des services qui réduiront cette dépendance, mais des solutions de services qui prendront en compte la nouvelle liberté de perception de l'espace de leurs clients.

Troisièmement, un secteur comme la grande distribution devra réfléchir sur son positionnement. Il impose sa propre perception de l'espace à ses clients en concentrant à la périphérie des centres urbains ses points de vente où, sous couvert de «prix bas», il oblige son client à se déplacer et à faire lui-même ses achats. En d'autres termes, il substitue à la distance économique une distance géographique. Cette logique sera marginalisée, du moins pour certains produits, dans un monde où la connaissance de la perception spatiale du client devient un avantage concurrentiel fondamental^I.

Quatrièmement, le service permet de remettre en cause toutes les distances : géographiques, affectives, intellectuelles (le MBA), morales (le tourisme sexuel)..., à l'exception d'une seule : la distance économique. Tout service a un coût, et seuls ceux qui ont les moyens d'assumer ce coût pourront bénéficier de cette remise en cause de la distance. Ce nouveau traitement de l'espace, producteur de proximités, est également générateur d'inégalités sociales. Ces inégalités sont sans précédentes puisque la confusion local / global s'étend à tous, dans tous les domaines, et à l'échelle de la planète.

Enfin, cette nouvelle approche du traitement de l'espace crée un nouveau domaine de recherche pour les Sciences de Gestion. Celles-ci s'intéressaient jusqu'ici à l'espace en tant que variable – souvent considérée comme une contrainte (car ramené à la distance) – à partir de laquelle l'organisation prenait ses décisions ou élaborait sa stratégie (Porter²⁰, 1999 ; Krugman²¹, 1995 ; Thisse²², 1992). Désormais, l'espace devient une ressource pour l'organisation^{II}. Cette dernière par ses produits, ses services, mais aussi son mode de management, peut influencer la perception spatiale du client et ainsi le fidéliser, voire le maîtriser, dans ses choix de consommation.

^I Des initiatives comme Hourra, Gmescourses, Télémarket, montrent que cette remise en cause est déjà envisagée par les acteurs de la grande distribution.

^{II} Cette assertion est démontrée dans notre thèse de doctorat en appliquant à l'Espace la théorie des *Ressource-Based View* : Le Boulch G. (2001), *Les Services de Proximité : Définition, Modèle de Gestion, Application à la Dynamique Local / Global des Territoires*, Paris, Thèse de Doctorat sous la direction du Professeur Alain Cotta, CREPA, Université Paris IX Dauphine.

En conclusion, ce nouveau rapport à l'espace dans son traitement, de la distance absolue à la distance perçue, place au premier plan les déclarations de proximité comme un nouvel enjeu économique, notamment par la matérialisation de ces solutions spatiales que sont les services. Dans un contexte où domine le progrès technologique, celui-ci ayant un coût, nous envisageons la définition génétique de la proximité comme une définition « commerciale » dans laquelle l'échange marchand sera au cœur de la perception de l'espace de chacun, et ainsi de sa production au sens d'Henri Lefebvre.

Mais quelles seront les conséquences sociales d'une telle évolution ? La proximité n'était jusqu'ici qu'un état à la dimension sociale évidente dans sa définition des territoires au-delà des distances. Si celle-ci devient de plus en plus marchande, se transformant ainsi dans sa nature d'objet social en objet économique, quelles seront les répercussions sociales de cette transformation ? La proximité n'est-elle pas un instrument essentiel dans les rapports interindividuels et son annexion à la sphère marchande ne risque-t-elle pas de mettre en évidence un coût jusqu'ici localement réparti^{23I} dont l'application, à l'échelle d'un monde devenu global, risque au contraire de créer de nouvelles inégalités remettant en cause les structures sociales les plus élémentaires ? L'analyse de la gestion des territoires collectifs dans ce nouvel environnement permet d'apporter une réponse à cette question essentielle.

3.c *Société, territoire subi, territoire choisi*

Si ce n'est par le mélange subtil des principes de hiérarchie et de territorialité, les sociétés humaines se distinguaient peu dans leur organisation des sociétés animales^{24II}. Aujourd'hui, le passage à la distance relative bouleverse la définition des territoires en permettant l'extension du territoire individuel dans le global, au-delà du territoire collectif local.

^I Nous ne partageons pas le point de vue de Pine II et Gilmore (1999) qui déclarent : « L'Histoire du progrès économique consiste à facturer ce qui a un jour été gratuit ». Cette évolution ne signifie pas que le « gratuit » en question n'avait pas de coût, mais que celui-ci était réparti socialement et non pas économiquement.

^{II} Elles sont peu nombreuses dans le Règne animalier : les singes, les phoques, les manchots, les fourmis, les abeilles, les termites. Pour les termites, les plus complexes, nous conseillons au lecteur le Tome III de l'excellent ouvrage du naturaliste Pierre-Paul Grassé (1985), *Termitologia (Comportement-Socialité-Ecologie-Evolution-Systématique)* aux éditions Masson (Paris).

Or seul le territoire choisi bénéficie de cette extension car personne ne veut étendre son territoire subi. Par conséquent, le territoire collectif local, constitué de l'ensemble des territoires individuels, est le lieu d'une part de plus en plus minime des territoires individuels choisis, ou encore est perçu comme le lieu des seuls territoires subis. Il est donc de plus en plus difficile de faire cohabiter des individus pour lesquels « collectif local » est devenu synonyme de territoire subi.

La difficulté est ainsi de trouver un mode de régulation permettant de faire cohabiter, non seulement les deux types de territoires, mais aussi l'ensemble des individus qui en sont à l'origine. Il est possible de se tourner vers les principes éthologiques de territorialité et de hiérarchie pour trouver une solution, mais quel poids accorder à de tels principes si les distances sont désormais relatives ?

En effet, la territorialité suppose le respect par autrui du territoire établi par les distances. Si ces distances sont désormais relatives, la territorialité le devient également et n'a donc plus de raison d'exister. De même, le supérieur hiérarchique marque sa différence sur l'inférieur en posant des distances. Si leur appréciation devient relative, la hiérarchie ne peut plus fonctionner.

A l'échelle individuelle, nous pouvons envisager une solution de services qui seraient en charge de « l'intendance du territoire²⁵¹ » ou du moins d'en faciliter sa gestion, services certainement marchands, qui permettraient de faire cohabiter les territoires choisis et subis, la qualité de leurs prestations permettant une bonne adéquation entre le traitement des distances dans la réalité et les critères de proximité du sujet. Ils chercheraient à satisfaire cette perception individuelle de l'espace social, non pas en réduisant les distances, mais en adaptant la réalité à la perception souhaitée par chacun^{II}.

^I De tout temps, l'homme a cherché à instaurer des services consacrés à « l'intendance des choses » (Cotta, 1987, p. 220). Les services dits « de proximité » en font partie. Leur existence a longtemps été jugée insignifiante car ils étaient confiés aux esclaves dans l'Antiquité, puis dévolus aux femmes lorsque le territoire familial était limité au foyer. Ce traitement du besoin ne permettait pas, alors, de faire apparaître économiquement et socialement leur existence. Récemment, l'émancipation des femmes par le travail, l'évolution de la structure familiale, et le besoin conjoncturel de création d'emplois peu qualifiés dans les années soixante-dix, ont révélé l'existence des services de proximité dans nos sociétés.

^{II} Prenons un exemple, une mère souhaite se rendre à un dîner et confie son enfant à une baby-sitter. Dans ce contexte, le territoire subi est l'enfant, le territoire choisi le dîner. La baby-sitter ne réduit pas la distance qui se crée entre la mère et l'enfant lors du dîner mais elle adapte la réalité, « l'enfant loin de sa mère », à la perception de la mère : « mon enfant est gardé donc je peux aller à mon dîner ».

Mais si ces services permettaient une gestion individuelle satisfaisante de la relation entre territoire subi et territoire choisi, peuvent-ils faire de même collectivement, c'est-à-dire assumer le vide laissé par les principes éthologiques de hiérarchie et de territorialité ? Si tel était le cas, les progrès technologiques réalisés dans le traitement des distances seraient à l'origine d'une évolution sociale fondamentale, faisant passer l'homme du statut d'*homo sedentarius*^I à un *homo mobilis*^{II}, où le service dit de proximité, jusqu'alors pratiquement inexistant dans la connaissance économique et sociale – car dépendant d'une distance subie le limitant à un simple service de voisinage – serait désormais au cœur d'une nouvelle organisation sociale, non plus fondée sur le bien et le droit de propriété, mais sur les services et l'expression des désirs.

Cette hypothèse d'une société centrée autour de « services de proximité » serait des plus préoccupantes car ils semblent avoir pour vocation à devenir de plus en plus marchands. Si elle est vérifiée, la régulation sociale au sein de nos sociétés deviendrait également marchande et seuls des individus ayant les moyens financiers de participer à cette collectivité marginaliste seraient « socialement intégrés ».

Certains n'hésitent pas à franchir le pas dans la validation de cette hypothèse. Ainsi, Jeremy Rifkin²⁶ (2000) part d'une réflexion sur les services dans un contexte de « nouvelle économie » pour arriver à l'idée d'une société où toutes les relations sociales sont marchandisées, où même les « tranches de vie » des individus sont évaluées et commercialisées au moyen de la « lifetime value », faisant ainsi l'éloge déguisé d'une ploutocratie absolue.

La réalité nous paraît plus complexe. Comme nous l'avons déjà souligné, la fonctionnalité première de la proximité est de nature sociale. La transformation marchande de son traitement permet la déclaration de proximités indépendamment de toute distance, mais ce n'est qu'une fonctionnalité accessoire de la proximité. Celle-ci reste attachée à la vie de tous les jours de tout un chacun, à sa nature profondément sociale et locale, et ne peut en aucun cas se détacher de cet objet principal qui fonde le cœur de sa fonctionnalité. La proximité reste un instrument essentiel de l'échange interindividuel local dont certaines applications marchandes globales ne sauraient gommer les effets.

^I Sédentaire apparaît au XV^{ème} siècle. Il est emprunté au latin *sedentarius* « qui travaille assis ».

^{II} Mobile apparaît au XIV^{ème} siècle. Il est emprunté au latin *mobilis* « qui peut être déplacé, rapide, changeant ».

En conclusion, la proximité révèle aujourd'hui une nouvelle conception de l'espace dans laquelle l'homme n'est plus soumis au diktat du traitement de la distance grâce à la dissociation entre l'espace perçu et l'espace vécu¹. Ce nouveau rapport au monde, au distinct en général, place au centre de sa dynamique la volonté des individus qui sont de moins en moins limités par leurs possibilités intrinsèques tant dans l'espace physique que dans l'espace social.

La proximité est alors au centre de ces nouveaux enjeux dans le traitement de l'espace et le territoire devient le concept de référence au détriment de la distance. Celui-ci était jusqu'ici le plus souvent limité au territoire collectif dans son traitement et n'était pas réellement abordé de manière individuelle. Ainsi, ce sont surtout les Sciences Politiques qui ont échafaudé des théories autour de ce concept. Toutefois, le territoire des Sciences Politiques est un territoire bien précis : celui du politique. C'est un territoire collectif, stable, délimité par des frontières physiques dans lesquelles l'espace social s'organise. Cette conception politique du territoire est elle-aussi remise en cause car elle ne souligne ni l'expression du choix, ni la distinction entre le perçu et le vécu, et reste intimement rattachée à l'idée de « grande distance » comme frontière ultime.

Par conséquent, en raison de l'évolution technologique et sociale, c'est toute la réflexion scientifique à l'égard de l'espace qui doit être aujourd'hui repensée. Les structures établies entre les distances physiques, sociales, ou économiques ont de moins en moins lieu d'être ainsi que les disciplines qui ont fondé l'objet de leurs recherches sur ces paradigmes. Les Sciences de Gestion, dans leur étude des logiques d'action, pourraient s'avérer essentielles dans cette nouvelle conception de l'espace. Leur caractère multidisciplinaire leur permet de répondre aux questions contemporaines de ces nouveaux rapports à l'espace. Des notions comme la proximité, la frontière ou le voisinage, jusqu'ici souvent considérées comme secondaires, devraient être au cœur des nouvelles introspections des recherches portant sur ces nouveaux rapports à l'espace.

¹ Le développement des univers virtuels est une illustration de cette dissociation.

Bibliographie

- ¹ Bailly A.S. (1998), «Maîtriser les proximités », p. 342, in Bellet M., Kirat T., Largeron C., *Approches multifformes de la proximité*, Paris, Edition Hermès.
- ² Lefebvre H. (2000), *La production de l'espace*, Paris, Edition Anthropos, Collection Ethno-Sociologie, 4^{ème} édition, 1974
- ³ Le Moigne J.L. (1994), *Théorie du Système Général*, Paris, Edition P.U.F., 1977.
- ⁴ Bloch O. et von Wartung W. (novembre 1989), *Dictionnaire étymologique de la langue française*, Paris, P.U.F., huitième édition.
Baumgartner E. et Ménard P. (1996), *Dictionnaire étymologique et historique de la langue française*, Paris, Collection La Pochothèque, Edition Encyclopédies d'Aujourd'hui.
- ⁵ Lamure M. (1998), "Proximité(s), voisinage et distance", in Bellet *et al.*, *Op. Cit.*, pp. 9-12.
- ⁶ Largeron C. et Auray J.P. (1998), "Mesures ou voisinages : que choisir pour évaluer une proximité ? ", in Bellet *et al.*, *Ibid*, pp. 41-63.
- ⁷ Bohr N. (1991), *Physique atomique et connaissance humaine*, Paris, Edition Gallimard, Folio Essais, 1959.
- ⁸ Canetti E. (1966), *Masse et Puissance*, Paris, Edition Gallimard, 1960, pp. 325-326.
- ⁹ Defoe D. (2000), *Robinson Crusoé*, Paris, Edition Flammarion, 1719.
- ¹⁰ Hall E.T. (1971), *La dimension cachée*, Paris, Edition Le Seuil, Collection Points Essais, 1966.
- ¹¹ Hall E.T. (1984), *Le langage silencieux*, Paris, Edition Le Seuil, Collection Points Essais, 1959.
Goffman E. (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne*, tome 2, Paris, Editions de Minuit, Collection Le Sens Commun.
- ¹² Rabaud E. (1929), «Phénomène social et sociétés animales », *Bulletin Biologique Français et Belges*, n° 63, pp. 377-398. Et Rabaud (1937), *Phénomène social et sociétés animales*, Paris, Alcan.
- ¹³ Picard F. (1933), *Les phénomènes sociaux chez les animaux*, Paris, A. Colin.
- ¹⁴ Grassé P.P. (1946), « Sociétés animales et effet de groupe », *Experientia*, n° 2, pp. 1-16.
- ¹⁵ Esser A.H. (1971), *Behavior and Environment. The Use of Space by Animals and Men*, London, Cambridge University Press, 1971.
- ¹⁶ Sahay S. (1997), « Implementation of Information Technology : A Time-Space Perspective », *Organization Studies*, vol. 18, n° 2, pp. 229-260.
- ¹⁷ Gadrey J. (1996), *L'économie des services*, Paris, Collection Repères, Edition La Découverte, n° 113, p. 19.
- ¹⁸ Cairncross F. (1997), *The Death of Distance : How the Communications Revolution Will Change Our Lives*, Boston (Mass.), Harvard Business School Press.
- ¹⁹ Godin S. (1999), *Permission Marketing : Turning Strangers into Friends, and Friends into Customers*, New York, Simon & Schuster Books.
- ²⁰ Porter M. (1999), « Grappes et concurrence », pp. 205-280, et « Renforcer son avantage concurrentiel grâce à une stratégie mondiale », pp. 303-341, in *La Concurrence selon Porter*, Paris, Edition Village Mondial.
- ²¹ Krugman P. (1995), *Development, Geography, and Economic Theory*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- ²² Thisse J.F. (1992), « Espace et concurrence », in Derycke P.H., *Espace et dynamiques territoriales*, Paris, Editions Economica (Bibliothèque de Science Régionale), pp. 113-135.
- ²³ Pine II et Gilmore (1999), *The Experience Economy*, Cambridge (Mass.), Edition Harvard Business School Press.

-
- ²⁴ Grassé P.P. (1985), *Termitologia : Comportement, Socialité, Ecologie, Evolution, Systématique*, Paris, Editions Masson.
- ²⁵ Cotta A. (1987), *L'Homme au Travail*, Paris, Edition Fayard, p. 220.
Cotta A. (1989 avril), « Le Champ des Activités de Service », *White Paper*, p. 7
- ²⁶ Rifkin J. (2000), *L'âge de l'accès*, Paris, Editions La Découverte.